



ПРОГРАМА

за конкурсен изпит за докторанти по професионално направление
3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Медии и комуникации - Онлайн журналистика и комуникация

2020/2021 г.

1. Еволюция на дигиталната комуникация. Предпоставки за възникване на компютърно опосредстваната комуникация. Дигитализация, децентрализация, глобализация. Концептуализация, дефиниции, типология на дигиталната комуникация. Комуникационни модели – дигитален скок от модела „един към много“ до „много към много“. Технология на Интернет-базираното общуване. Уеб 1.0-Уеб 5.0 – от статичния до симбиотичния уеб. Нови знания, професии, организация на работа и достъп до информация.
2. Нова парадигма на комуникационните теории – междуличностна, групова, масова и компютърно опосредствана комуникация. Промяна на контекста на комуникацията. Класификация на формите по скалата синхронност-асинхронност. Безличностна, междуличностна и хиперличностна компютърно опосредствана комуникация.
3. Онлайн проучвания и събиране на новини. Търсачки и търсене на данни. Изследване на дълбокия уеб. Инструменти за достоверност и проверка на информацията. Алгоритми за филтриране на информация. Машинно обучение (Machine learning), изкуствен интелект и добавена реалност като инструменти за промяна на персоналното и публичното.
4. Дигиталната комуникация и масмедията. Характеристики на дигиталните медии. Трансформация на масовокомуникационния модел в компютърно опосредствана среда: вид, характеристика и елементи. Специфики на интерактивните медии. Влияние на новите върху традиционните медии – “старите” медии в дигитализирания свят и “новите” медии. Конвергенция на печатни, електронни и онлайн медийни форми.
5. Дефиниране, история, същност и характеристики на онлайн журналистиката. Промяна в комуникационния поток, обратната връзка, ролята и демографията на аудиторията, времето и процеса на комуникация. Новите роли на журналиста и аудиторията в условията на онлайн среда.
6. Аналози на традиционните медии в Интернет. “Електронните” и “печатните” медии в Интернет. Специфики на представяне на информацията - съдържание, подходи и форми за медийно представяне, характеристики, дизайн, начини за разпространение, персонализиране. Онлайн вестници, радио, уеб телевизия, новинарски сайтове. Подкасти, водкасти и стрийминг. Влог индустрията.
7. Създаване на съдържание за уеб медии. Алгоритъм за изграждане на Интернет новина – нелинейно наративно писане, разделяне на блокове, принцип на обърнатата пирамида и навигационна структура. SEO оптимизация. Дигитален сторителинг. Визуалният разказ.
8. Родените в уеб медийни сайтове – новинарски, специализирани, аналитични, информационни агенции. Хипермедия и крос-медии. Журналистика 3.0 – изкуствен интелект и добавена реалност. Дейта, технологична, научна и робо журналистика.
9. Генезис на социалните мрежи и медии. Гражданска журналистика в Интернет. Ние-медията или журналистика на гражданите. Модели на отворена и затворена онлайн журналистика. Трансформация на комуникационния модел – размяна на ролите на публиката и професионалните комуникатори. Възходът

- на инфлуенсърите. Социалните мрежи – инструмент за гражданска мобилизация, разрушаване и издигане на граници. Онлайн активизъм и спактивизъм – кауза, бизнес или имитация на социална ангажираност.
10. Онлайн журналистическа етика – етика на използване на хипервръзки; културни, етични и социални аспекти на нет-писането. Фалшиви новини и пост-истина. Дигиталната грамотност и медийната неграмотност. Рисковете и възможностите в ерата на свръхинформацията.
 11. Лингвистични изследвания на текста в дигиталната комуникация. Езикът през клавиатурата – нова форма на езиков дискурс. Монологичен и диалогичен текст. Сравнение между лице-в-лице и дигиталната текстово-базирана комуникация. Психолингвистични особености на компютърният език. Компесаторни езикови механизми – емотикони, емоджита, стикери, компютърен сленг, абривиатури, мемеа.
 12. Компютърна виртуална реалност – видове. Многопотребителски пространства. Виртуалното преживяване – факт или фикция, ниво на фантазност и реалност. Интеграционен принцип на онлайн и офлайн опитностите. Метафизика на виртуалното пространство. Взаимоотношения и взаимодействия в киберпространството – човек-човек, човек-компютър. Антропоморфизиране и технологизиране. Управление на идентичността в дискурса на дигиталната комуникация.
 13. Психологически характеристики на киберпространството - трансценденталност на времето и пространството, редукция на самосъзнанието, ограничени/разширени сетивни преживявания, алтернативни състояния на ума. Психология на индивида в киберпространството. Пристрастяване, obsesивно-компулсивно поведение и девиации в киберпространството – нова патология или медийна хипербола?
 14. Онлайн общности. Принципи на формиране и функциониране, вътрешногрупови процеси – деиндивидуализация, колективна халюцинация, език на омразата и др. Оптимистични и песимистични теории за бъдещето на виртуалните общности – реинтеграция или атомизация.
 15. Негативни явления във виртуалното пространство. Възможни социално-психологически ефекти от дигиталната комуникация. Виртуалната реалност - заместител или бягство от живота? Деперсонализация и хиперперсонализация – разширение на комуникацията лице-в-лице. Алиенация и дехуманизация. Нетикет и защита на информацията. Компютърна субкултура, поведение без задръжки, насилие.

Библиография

Основна литература:

1. АНГОВА, С., ЦАНКОВА, С., ОСИКОВСКИ, М., НИКОЛОВА, М., ВЪЛЧАНОВ, И., КОЛАРОВА, М. и др. (2019). *Картографиране на дигиталното медийно съдържание. Практики за създаване на нов медийен наратив*. София: Издателски комплекс – УНСС
2. БЕЛОГУШЕВА, Г., ТОМС, Ж. Първите в българския Интернет. С., Сиела, 2003
3. ВЪЛКАНОВА, В. Дизайн на вестника. (Традиционни, хибридни и онлайн емисии на пресата). ФЖМК, С., 2008
4. ВЪЛКАНОВА, В.. (2019). *Медии & уеб дизайн: Култура и функционалност на онлайн комуникацията*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“
5. ДАНОВ, Д. (2020). *Медийната грамотност: преосмисляне на опита*. София: УИ „Св. Климент Охридски“
6. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Еволюция на човешката комуникация и медиите. // Год. СУ “Св. Кл. Охридски”. Фак. по журналистика и масова комуникация, т. 11, 2004, с. 7-37.
7. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. *Онлайн журналистика. (Медиите в дигиталния свят)*, С., Университетско издателство “Св. Кл. Охридски”, 2012. – 864 с.

8. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Ние-медията или журналистика на гражданите. Годишник на Софийския университет "Св.Кл. Охридски", С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 13, 2006, с. 35-47
9. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. (2001). *Увод в компютърно-опосредстваната комуникация*. София: УИ „Св. Климент Охридски“
10. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Дигитални медии. Годишник на Софийския университет "Св.Кл. Охридски", С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 12, 2005
11. Дигиталните медии. Речник на основните понятия. ФАБЕР – В. Търново, 2012
12. ЕФТИМОВА, А. Медиен език и стил: теория и съвременни практики – София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2014. – 311 с.
13. ЗЛАТАНОВ, Б. (съст.). (2019). *Медии и журналистика – професионалните стандарти между властта и парите*/Сборник в чест на проф. дсн. Петранка Филева. София: Факултет по журналистика и масова комуникация
14. ЛЕВИ, П. Кибердемократията. – Литературен вестник, № 8, 27 февр.–5 март 2002.
15. МАЙЕР, Кл. (издател) 2002, Интернет журналистика. Интернет насоки за нова медия. Констанц
16. МАРИНОВ, В. *Мултимедийният нюзрум в България*. ФАБЕР – В. Търново, 2012
17. МИХАЛЕВ, И. *Вестникът в епохата на интернет*. ФАБЕР – В. Търново, 2011
18. НИЛСЕН, Я. (2005). Web дизайн. Ръководството на Якоб Нилсен. СофтПрес, С.
19. НЯГОЛОВ, Т. Феноменът, наречен подкастинг. [<http://www.computers.bg/index.php>] (20 окт. 2005).
20. ПЕЙЧЕВА, Д. & МИЛЕНКОВА, В. (2017). *Дигитализация и социални трансформации*. Благоевград: УИ „Неофит Рилски“
21. ПЕШЕВА, М., ПЕТРОВ, М., ПОПОВА, М. (2012). *Дигиталните медии. Речник на основните понятия*. Велико Търново: ФАБЕР
22. СИМЕОНОВА, Л. (2020). *(Р)еволуцията на инфлуенсърите*. Велико Търново: . ФАБЕР
23. СЛАВОВА, Р. (2016). *Журналистическите жанрове в онлайн средата - нива и типологизация на трансформации*. В: Годишник на СУ „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, бр. 1/2016, стр. 95-104
24. ФИЛЕВА, П. Крос-медията: инструмент за оптимизиране на предлагането в медийния бизнес. Медии и обществени комуникации, Брой 1 / Декември 2008
25. ХАЙНК, С. 2002, Текстове за уеб. Основи и практическо знание за онлайн редактори. Хайделберг <http://www.texten-fuers-web.de>
26. ХОФАКЪР, Г. 2004, Онлайн журнализъм. Писане и оформяне за интернет. Ръководство за образование и практика, второ издание, напълно ново преработено, Мюнхен <http://www.onlinejournalimus.org>

Допълнителна литература на български език:

1. АНГОВА, С., ВЪЛЧАНОВ, И. (2020). *Автоматизираната журналистика между човека и технологиите*. В: Реторика и комуникации, бр. 42, с. 6-23
2. АХЕГУКЯН, М. & КИРИЛОВА, М. (2019). *Иновативни тенденции в дигиталния маркетинг през 2019*. В: Eastern Academic Journal, Issue 3, с. 57-65
3. БАРАКЯН, Г. & МИЗОВА, Б. (2003). *Феноменът виртуална комуникация и проблемът за патологичното използване на Интернет сред подрастващите*. В: Педагогика, № 1, с. 82-91.
4. БЕЛ, Д., ЛОУДЪР, Б., ПЛИЙС, Н. & ШУЛЪР, Д. (2004). *Киберкултурата: основни концепции*. София: Атика
5. БОНДИКОВ, В. (съст.). (2017). *Комуникацията в дигиталната епоха. Юбилеен сборник в чест на проф. Венцислав Бондигов*. София: Холотера
6. ВАНГЕЛОВ, Н. (2017). *Архетипът за силните и слабите при комуникацията във фейсбук*. В: Годишник на СУ „Св. Кл. Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, том 24, с. 81-90

7. ВАСИЛЕВ, С. (2018). *Медийната дипломация и журналистиката на роботите*. В: Медийна среда, публична и стратегическа комуникация/Сборник с доклади от международен научен форум. София: Издателски комплекс – УНСС.
8. ГРИГОРОВА, Г. (2019). *Развитие на българската подкаст сцена в периода 2014-2019*. В: Медиалог, бр. 6/2019, с. 290-318. Достъпна още на: <https://www.medialog-bg.com/?p=3341>. [Посетена на 28 март 2020]
9. ДАНЕВА, И. Информационното общество в условията на глобализация. Публикувано на 27 ноември 2015 г. от [Newmedia21](http://www.newmedia21.eu), <http://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/informatsionnoto-obshtestvo-v-usloviyata-na-globalizatsiya/>
10. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Еволюция на човешката комуникация и медиите. // Год. СУ "Св. Кл. Охридски". Фак. по журналистика и масова комуникация, т. 11, 2004, с. 7-37.
11. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Мрежите за общуване в Интернет // Годишник на Софийския университет "Св.Кл. Охридски", С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 14, 2007, с. 27-51
12. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Стратегии и средства за търсене в Интернет. Годишник на Софийския университет "Св.Кл. Охридски", С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 15, 2009.
13. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Тенденции в онлайн вестниците: онлайн журналистиката – платена или безплатна? Пъблик рилейшънс, журналистика и медии в глобалния свят. Юбилеен сборник в чест на проф. д-р Минка Златева, С., 2012, с. 250-261.
14. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Блогът – новата форма на публична комуникация в Интернет. В: Публична комуникация, глобализация и демокрация, ФЖМК, СУ, 2006, с. 187-195
15. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Дигитални медии. Годишник на Софийския университет "Св.Кл. Охридски", С., Факултет по журналистика и масова комуникация, Том 12, 2005
16. ДЕРМЕНДЖИЕВА, Г. Социокултурни аспекти на дигиталното общество. сп. "Четвърта власт", С., Изд. на Отворено общество, 1997, бр. 2, с. 118-124
17. ДИЧЕВ, И. & СПАСОВ, О. (съст.). (2009). Новите млади и новите медии. София: Отворено общество. Достъпна на: https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/OSI_Publication_Public_debate_3.pdf. [Посетена на 29 март 2020]
18. ДИЧЕВ, И. & СПАСОВ, О. (съст.). (2011). Нови медии – нови мобилизации. София: Отворено общество. Достъпна на: https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/OSI_Publication_Public_debate_5.pdf. [Посетена на 29 март 2020]
19. ЕФТИМОВА, А. (2016). *Двойственият език в медиите: езикът на политическата коректност vs. езика на омразата*. София: Просвета.
20. ЕФТИМОВА, А. Тематична организация на разговора във VoIP приложението Viber. В: *Проблеми на постмодерността (електронно списание)*, 04.05.2020, Том 10, Брой 1, 3-17. <https://doi.org/10.46324/PMP200100>. ISSN 1314-3700 (Online)
21. ЗЛАТАНОВ, Б. (2018). *Социални мрежи и маркетинг на влияние*. В: Медийна среда, публична и стратегическа комуникация. София: Издателски комплекс-УНСС
22. КАР, Н. (2012). Под повърхността. Как интернет влияе върху четенето, мисленето и паметта. София: Инфодар
23. КАРАКОНОВА, М. Уебблог - седмото чудо на Интернет. [<http://www.mediapool.bgsitesociety200207210001.shtml>] (21 юли 2001).
24. КАСТЕЛС, М. (2004). Възходът на мрежовото общество. София: ЛИК
25. КИРОВА, Л. (2013). *Виртуалните общности и компютърно-опосредстваната комуникация днес. Социалните мрежи*. В: Реторика и комуникации, бр. 9. Достъпна на: rhetoric.bg/виртуалните-общности-и-компютърно-оп [Посетена на 29 март 2020]
26. КИРОВА, Л. Електронният форум като жанр на компютърно опосредстваната комуникация, <http://litenet.bg/publish3/lkirova/e-forum.htm>
27. КОВАЧЕВА, Св. (съст.). (2017). *Предизвикателства пред комуникацията в дигиталната епоха (сборник)*. София: Дармон
28. КЪОСЕВ, А. Виртуални общности срещу въображаеми общности. Празници. Четене. Бъбрене. – Електронно списание LiterNet, № 2 (3) (25 февр. 2000).
29. ЛОЗАНОВ, Г., Л. ДЕЯНОВА, О. СПАСОВ (съст.). Медии и преход. С., 2000.

30. МАРИНОВ, Р. (2018). *Информационен домейн*. София: Симолини
31. МИНЕВА, С. & ХАРИЗАНОВА, О. (съст.). (2016). *Екология на виртуалните реалности: Киберлексикон (сборник)*. София: Глаголица. Достъпна и на: <http://cyberecology-bg.com/wp-content/uploads/2017/01/CyberLexicon.pdf>. [Посетена на 29 март 2020]
32. НИКОЛОВА, В. (2019). *Медийната екосистема на Youtube. Краудсорсинг, краудсторминг и краудфъндинг*. В: Проблеми на постмодерността, 1/2019, стр. 209-226.
33. ПЕЙЧЕВА, Д. (2014). *Масмедийното въздействие*. Благоевград: УИ „Неофит Рилски“
34. ПЕТКОВ, С. (2018). *Някои аспекти на влиянието на изкуствения интелект върху медиите*. Годишник на департамент „Масови комуникации“, бр. 1, НБУ, с. 85-98
35. ПОПОВА, Ж. (2018). *Уеб телевизиите в България през 2017: от мечтата за кабелна телевизия към мечтата за високо дигитално качество*. В: Медиалог, бр. 3/2018. Достъпна на: <https://www.medialog-bg.com/?p=995>. [Посетена на 28 март 2020]
36. ПОПОВА, С. (2019). *Уеб Радио 2014-2017: Групови адреси и индивидуални обръщения*. В: Медиалог, бр. 6/2019. Достъпна още на <https://www.medialog-bg.com/?p=939>. [Посетена на 28 март 2020]
37. ПРОДАНОВ, Х. (2012). *Дигиталната политика*. Велико Търново: ФАБЕР
38. ПРОДАНОВ, Х. *Виртуалните общности и дигиталната политика*, Публикувано на 29 септември 2013 г. от [Newmedia21](http://www.newmedia21.eu/proekti/virtualnite-obshtnosti-i-digitalnata-politika/), <http://www.newmedia21.eu/proekti/virtualnite-obshtnosti-i-digitalnata-politika/>
39. ПРОДАНОВ, Ю. (2018). *Новите медии – краят на информационния цикъл и началото на социалната ентропия*. В: Медийна среда, публична и стратегическа комуникация. София: Издателски комплекс-УНСС
40. СТОИЦОВА, Т. & МИЗОВА, Б. (2006). *Интернет – приятел или изкустител: Психология на виртуалната реалност*. В: Материали от Втора национална конференция по психология „Активност и адаптация на личността в условията на промени“, Благоевград, том I, с. 94-99
41. ТОДОРОВА, Б. Б. (2015). *Лингвистични аспекти на компютърно опосредстваната комуникация (по материали от форумите на bg-tatma)*, Благоевград, УИ „Неофит Рилски“, с.5, 12, 25
42. ТОДОРОВА, М. (2019). *Изкуственият интелект*. София: Изток-Запад
43. ХАДЖИЕВ, Б. (2015). *Влияние на новите медии върху гражданското общество*. София: Издателски комплекс – УНСС
44. ХАРИЗАНОВА, О., МАВРОДИЕВА, И., КАВРЪКОВА, С. & НИКОЛОВ, Н. (2017). *Благополучие в дигиталния свят (сборник)*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
45. ЯКУБЕЦ К. 2008, Кросмедиа. Констанц

Допълнителна литература на английски език:

1. ALEXANDER, Jeffrey C. et al. (2016). *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*. New York, NY: Cambridge Univ. Press
2. ANDERSON, C.W., BELL, Emily, SHIRKY, Clay. (2012). *Post Industrial Journalism: Adapting to the Present*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School, New York, NY
3. BATSELL, Jake. (2015). *Engaged journalism: Connecting with Digitally Empowered News Audience*. New York, NY: Columbia Univ. Press.
4. BELSEY & CHADWICK. (2002). *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Routledge, 2002 (ISBN 0 415 069270).
5. BENKLER, Y. (2007). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
6. BERGIEL, Blaise, BERGIEL, Erich & BALSMEIER, Phillip (2008). *Nature of virtual teams: A summary of their advantages and disadvantages*. In: *Management Research News*, 31(2), pp. 99-110.
7. BOYCHEV, B. (2019). *The Role and Place of the Podcast in the Digital Market*. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 8(2), 94-99. doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.2.94
8. BURNET, K. *Toward a theory of hypertextual design*. *Postmodern Culture*, January 1993, Vol.3, No.2.

9. COBAN, Baris (ed.). (2016). *Social Media and Social Movements: The Transformation of Communication Patterns*. Lanham, Md: Lexington Books
10. DEUZE, M. (1999). Journalism and the web. *Gazette*, 61(5), pp. 373-390.
11. DEUZE, M. (1999). The WebCommunicators: Issues in research into online journalism and journalists. [Online]. *First Monday*, 12(3). Available: http://www.firstmonday.dk/issues/issue3_12/deuze/index.html (8.8.2000).
12. DEUZE, Mark (2003). *The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online*. *Media&Society*. Vol 5(2)
13. DOMINGO, David. (2006). *Inventing Online Journalism* [online]. Достъпна на: <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1219106-153347/dd1de1.pdf> [Посетена на 27 март 2020]
14. DUBE, Jonathan. A Dozen Online Writing Tips. (2000) *CyberJournalist.net* Online: <http://www.cyberjournalist.net/news/000118.php> (10. 10. 2004)
15. FENTON, Natalie (ed.). (2010). *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage Publications
16. FOUST, James C. (2005). *Online journalism. Principles and Practices of News for the Web*. Scottsdale, Holcomb Hathaway, Inc.
17. FREITAS, Donna (2017). *The Happiness Effect: How Social Media is Driving a Generation to Appear Perfect at Any Cost*. New York, NY: Oxford Univ. Press
18. GRAY, Jonathan & BOUNEGRU, Liliana & CHAMBERS, Lucy. (2012). *The Data Journalism Handbook*. Boston, MA: O'Reilly Media
19. GRIFFITHS, Mark. (2000). *Does Internet and computer «Addiction» exist? Some case study evidence*. In: *CyberPsychology and Behavior*. V. 3(2). pp. 211-218.
20. GUNTER, Barrie (2003). *News and the Net*, Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey: Inc. Publishers.
21. Hall, Jim (2001). *Online Journalism: A Critical Primer*. London: Pluto Press.
22. HERBERT, John (2000). *Journalism in the digital age: Theory and practice for broadcast, print and online media*. Oxford: Focal Press.
23. HERBERT, John (2000). *Journalism in the digital age: Theory and practice for broadcast, print and online media*. Oxford: Focal Press.
24. HERRING, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. In S. A. Barab, R. Kling, & J. H. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338-376). New York: Cambridge University Press.
25. HERRING, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*, 4, article 1. Retrieved January 5, 2014, from www.languageatinternet.org/articles/2007/761.
26. HERRING, S. C. (2013). Research: Computer-mediated Communication, *Bulletin of the Association for Information Science and Technology – February/March 2014 – Volume 40, Number 3*, https://www.asis.org/Bulletin/Feb-14/FebMar14_Herring.pdf
27. HICKS, W. (2001). *Sub Editing for Journalists*. Routledge.
28. HUNT, D. , D. ATKIN, A. Krishnan. (2012). [The influence of computer-mediated communication apprehension on motives for Facebook use](https://www.researchgate.net/profile/David_Atkin3/publication/254299147_The_Influence_of_Computer-Mediated_Communication_Apprehension_on_Motives_for_Facebook_Use/links/0c96053c6d2138994e000000.pdf). *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Volume 56, Issue 2, https://www.researchgate.net/profile/David_Atkin3/publication/254299147_The_Influence_of_Computer-Mediated_Communication_Apprehension_on_Motives_for_Facebook_Use/links/0c96053c6d2138994e000000.pdf
29. KAWAMOTO, Kevin (2003). *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers Inc.
30. KURYLO, Anastacia & DUMOVA, Tatyana. (2016). *Social Networking: Redefining Communication in the Digital Age*. Fairleigh Dickinson Univ. Press etc.
31. LAPHAM, C. (1995). The Evolution of the Newspaper of the Future. *Computer-Mediated Communication Magazine*, July 1, [Online]. Available: <http://www.december.com/cmc/mag/1995/jul/lapham.html> (5.1.1998)
32. LYNCH, Patrick J & Sarah HORTON. (2016). *Web Style Guide (4th Edition)*. New Heaven, CT: Yale University Press. Достъпна и на: www.webstyleguide.com [Посетена на 27 март 2020]

33. MACEWAN, Bree. (2015). *Navigating New Media Networks: Understanding and Managing Communication Challenges in a Networked Society*. Lanham, Md: Lexington Books
34. MCCARTHY, John. (2007). *What is Artificial Intelligence?* Stanford University. [Online]. Достъпна на: <http://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai/>. [Посетена на 29 март 2020]
35. MESSARIS, Paul & HUMPHREYS, Lee. (2017). *Digital Media: Transformations in Human Communication*. New York, N: Peter Lang
36. MONGE, Peter, & CONTRACTOR, N. S. (2001). *Emergence of communication networks*. In: The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc. pp. 440-502
37. New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age (Ed. by Dr Natalie Fenton) (2010). London: Sage Publications.
38. NIELSEN, Jakob Alertbox www.useit.com/alertbox
39. PALACIOS, Marcos and Javier Diaz NOCI. (2009). Online journalism: Research Methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective. [Online]. Argitalpenak.ehu.es [Cited 20 January 2011]. Available: http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/journalism.pdf
40. PALFREY, John G. (2010). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York, NY: Basic Books
41. PAVLIK, John V. (2001) Journalism and New Media. N.Y., Columbia University Press.
42. PETERS, Chris & BROERSMA, Marcel (ed.). (2017). *Rethinking Journalism Again: Societal Role and Public Relevance in a Digital*. London: Routledge
43. REDDICK, Randy and Elliot KING (2002). *The Online Journalist*. Harcourt Brace. 3rd edition. (Ed. McGovern, G. Norton, R. O' Dowd, C.). *The Web Content Style Guide* Pearson Education. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers
44. RESHETKOVA, Atanaska. (2019). Artificial Intelligence in Advertising and the Consumer Journey to Purchase. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 8(3), 145-153. doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.3.145
45. RHEINGOLD, H. (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. New York, NY: Basic Books.
46. RIVA, Giuseppe. (1998). *Virtual Reality as Assessment Tool in Psychology*. [Online]. Достъпна на: <http://realities.id.tue.nl/wp-content/uploads/2010/03/riva-1998.pdf>. [Посетена на 29 март 2020]
47. ROSALES, Rey G. (2006). *The Elements of Online Journalism*. iUniverse, New York.
48. RUSBRIDGER, Alan. (2018). *Breaking News: The Remaking of Journalism and Why it Matters Now*, New York, NY: Farrar, Straus and Giroux
49. Steinfield, C. (1986). Computer-mediated communication systems. *Annual review of information science and technology* 21, 167-202
50. STONE, Biz (2002) *Blogging: Genius strategies for instant Web Content*. Indiana: New Riders Publishing.
51. STOVALL, James. G. (2004). *Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium*. Boston: Pearson Education Inc.
52. SULER, John. (1999). *The Psychology of Cyberspace (e-book)*. [Online]. Достъпна на: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>. [Посетена на 29 март 2020]
53. THUROW, C., LENGEL, L. B., & TOMIC, A. (2004). Computer-mediated communication: social interaction and the internet. (pp. 77-85). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
54. URETA, Ainara. (2007). The Challenge of Online Journalistic Language to Narrative forms: the Special Report Case Study on Spanish Press Websites. [Online]. Available from: http://www.ehu.es/zer/zere1/ZERE_larrondo.pdf
55. VALCHANOVA, Vesselina. (2018). How to Write a Killer Blog Post? The 11-Step Process I Perfected by Publishing 750,000 Words. [Online]. Достъпна на: <https://valchanova.me/how-to-write-blog-post-steps/> [Посетена на 27 март 2020]
56. WALTHER, J.B. (1996, February). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, Vol.23, No.1, pp.3-43

57. WALTHER, J.B., Anderson, J.F., & Park, D.W. (1994). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A meta-analysis of social and antisocial communication. *Communication Research*, 21(4), 460-487.
58. WALTHER, J.B., & Burgoon, J.K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, 19(1), 50-88.
59. WARD, Mike. (2002). *Journalism Online*. Oxford: Focal Press.
60. WEBSTER, Jane & WONG, W. K. P. (2008). *Comparing Traditional and Virtual Group Forms: Identity, Communication and Trust in Naturally Occurring Project Teams*. In: *The International Journal of Human Resource Management*, 19(1), pp.41-62.
61. WILSON, Lowrey. (2004). 'More Control, But Not Clarity In Non-linear Web Stories', *Newspaper Research Journal*, vol. 25, no. 2, p.83 [Online] Available: ProQuest Humanities
62. ZION, Lawrie & CRAIG, David (2015). *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices*. New York, NY: Routledge.